

Web Marketing :

Réseaux sociaux & E-Communication

DESCRIPTION :

- Les réseaux sociaux sont devenus une composante essentielle du dispositif de communication digitale de l'entreprise. La présence de nombreux fans potentiels incite les marques mais aussi les entreprises, les associations, et les institutions du secteur public à se rapprocher de leur audience sur le plus populaire des réseaux sociaux. Cette formation vous aidera à définir votre plan d'action et à concevoir votre stratégie de communication.

DURÉE :

- **Module 1 : 3 Jours - 21h. - Web Marketing : Réseaux sociaux & E-Communication**
- **Module 2 : 3 Jours - 21h. - Le référencement naturel**

PRÉ-REQUIS :

- Être à l'aise dans l'utilisation d'Internet

OBJECTIFS :

- Créer un profil, une page et un groupe sur Réseau Social ; apprendre à personnaliser et promouvoir sa page fan
- apprendre aux participants à créer et à utiliser un compte Facebook dans le cadre d'un usage professionnel pour promouvoir leur marque, leur entreprise et leur activité (communication, e-publicité, marketing), ou à titre personnel (recherche d'emploi, développement)
- savoir effectuer une veille, identifier les relations potentielles qui ont de la valeur pour votre entreprise : des partenaires d'affaires aux fournisseurs de services.
- savoir gérer sa réputation numérique ou e-réputation
- savoir gérer et promouvoir son site Internet. La Mise en valeur de votre entreprise et de son savoir-faire.

PUBLIC :

- Toute personne voulant promouvoir son entreprise sur les réseaux sociaux
- Un homme politique (un député, un maire, un conseiller régional/cantonal/municipal) peut ainsi contrôler sa e-réputation, communiquer directement auprès de ses électeurs ou connaître leurs centres d'intérêts (ou veiller sur l'activité de ses concurrents politiques)
- Un responsable de département dans une collectivité publique peut vouloir créer un groupe thématique autour d'un projet local et communiquer dessus
- un manager pour vérifier que la marque de son entreprise soit citée par les internautes, surveiller les annonces des marques concurrentes et les éventuels "bad buzz" autour de ses produits
- Un professeur d'université, pour motiver ses élèves à interagir en classe et aussi leur apprendre à utiliser les services Web X.0 pour leurs études
- Un responsable d'association, pour apprendre à faire la promotion de son activité sur le Web et toucher des millions d'internautes
- même un mécanicien, un dentiste ou un coiffeur peuvent bénéficier de l'utilisation de la multitude de fonctionnalités que propose les réseaux sociaux : applications, sondages, pages, groupes, publication de bannières publicitaires...

MODULE 1 : Web Marketing : Réseaux sociaux & E-communication (3 Jours – 21 heures)

I - Réseaux sociaux, E-communication - Les bonnes pratiques

- - Facebook et ses Fanpages
- - Twitter
- - Google+
- - Gestion d'un chaîne YouTube
- - Stratégie e-mailing – Newsletter
- - Focus sur Pinterest, StumbleUpon, Scoop.it et Foursquare

II - Stratégie de communication

- - « Brand content » et marketing relationnel
- - Sept axes pour une stratégie SMO efficace
- - Les cinq règles d'or de la communication marketing adaptée au Web
- - Gestion du trafic multicanal

III – Analyse et suivi des performances

- - Google Analytics et autres outils
- - Analyser ses résultats par source de trafic
- - Analyser les conversions par source de trafic
- - Utiliser les réseaux sociaux pour son référencement
- - Optimiser son trafic

IV – Atelier pratique

- - Etude de la stratégie web marketing d'un des participants
- - Mesure de ses performances
- - Propositions d'optimisation
- - Proposition de « Brand Content »

Module 2 : Le référencement naturel (3 Jours – 21 heures)

I – Présentation

- - Comment fonctionne le référencement sur Google ?
- - Les fondamentaux du référencement
- - Les trois piliers de l'algorithme de Google

II – Faire son bilan

- - Mon site est-il indexé ?
- - Comment connaître son positionnement ?
- - Les outils pour les webmasters

III – Optimiser son référencement

- - Optimiser son contenu
- - Optimiser ses url
- - Optimiser sa navigation
- - Optimiser ses performances
- - Bien utiliser les réseaux sociaux
- - Améliorer son linking externe

IV – Atelier pratique

- - Auditer un site (ex : celui d'un participant au stage)
- - Lister les améliorations
- - Conseils sur leur mise en place
- - Questions/réponses